

2019年 1月 9日

博士学位論文審査報告書

大学名	早稲田大学		
研究科名	スポーツ科学研究科		
申請者氏名	足立 名津美		
学位の種類	博士（スポーツ科学）		
論文題目	プロスポーツクラブの特殊性の検討－組織の境界および製品間競争に着目して－ Examining Unique Attributes of Professional Sport Clubs: Focusing on Organizational Boundaries and Product Competition		
論文審査員	主査	早稲田大学教授	松岡宏高 Ph.D.（オハイオ州立大学）
	副査	早稲田大学教授	原田宗彦 Ph.D.（ペンシルバニア州立大学）
	副査	早稲田大学教授	作野誠一 博士（学術）（金沢大学）

研究の概要は以下のとおりである。

まず、本論文で設定された研究課題の背景には、特殊経営学として位置付けられるスポーツマネジメント研究において、その特殊性を解明し把握するという学問的課題が存在する。スポーツマネジメントを個別学問領域として確立させるための論拠として、さらに一般経営学および他領域で精査された知見をスポーツというコンテキストに当てはめる際の重要な手がかりとして、スポーツマネジメントの特性や固有性が解明され、共通認識とされることが求められている。

本研究の目的は、スポーツマネジメント領域における主要な対象の一つである「みる」スポーツを生産する中核組織たるプロスポーツクラブを対象として、他の組織との関係性を包含した上でのプロスポーツクラブの特殊性を明らかにすることであった。この問いについて論理的回答を提示するために、3つの研究課題が設定された。加えて、3つの研究課題を明らかにした上で、外部環境との関係を分析の視野に入れる一般経営理論の援用すべき課題を総括にて提示することが試みられた。

研究課題Ⅰ「組織の範囲とアクターの性質についての質的検討」では、他組織との関係性を議論するための基礎的な検討として、「どこまで（どのアクター）が「組織」の範囲となるかについて、組織境界概念を用いて検討を行うことで、その特殊性を明らかにすること」が試みられた。分析の結果、意識的調整に着目した境界を用いた分類をおこなった際に、解釈をすることが難しいアクターが存在することがわかった。第1に、契約の程度により内部外部のどちらに分類されるかが変化するアクター（「選手」、「監督」）、第2に、内部構成員と外部環境の双方の性質を併せ持った二面性のある構成員として扱われるべきアクター（「国際競技連盟」、「国内競技連盟」）、第3に、解釈はできるものの、分類の結果と一般的な組織への理解との間に乖離がある可能性があるアクター（「リーグ機構」、「リーグ内の他クラブ」）の存在が示された。プロダクトの生産において必要不可欠なアクターが上記の特性を持つという特殊性が確認された。併せて、境界の分析結果の解釈の困難性は、プロスポーツクラブのプロダクト生産の特殊性によって生まれていることが明らかになっ

た。以降の課題Ⅱ及びⅢでは、スポーツ組織の特殊性を生み出し、規定する要因ともなる「プロダクト」に焦点をあて、他のプロダクトとの競争の観点を内包した特性を明らかにすることが試みられた。

研究課題Ⅱ「プロスポーツクラブのプロダクトに関する概念的論考」(学術誌掲載論文①)では、「(プロスポーツクラブ以外の組織が提供する)他のプロダクトとの競争の観点を内包したプロダクト特性を、スポーツマネジメント領域の既存の研究及び観察事実より論考し明らかにすること」が目的とされた。具体的には、①「同一プロダクト間での競争関係における特性」、②「プロスポーツクラブの属する産業とその特性」、③「代替製品：提供便益の特性」の3つの論点が焦点とされた。論考の結果、プロスポーツクラブのプロダクトが、「同種のプロダクトの集合が産業であり、同種であることが代替可能性をもたらし、かつ競争が想定される」という、既存のプロダクトに対する暗黙的な前提に当てはまらず、各観点それぞれにおいて、特殊性を持つことがわかった。

①同一のプロダクト間での競争については、共同生産が必要不可欠である生産プロセスの再確認と、それによる組織間の構造が規定された結果、一般的に最も競争意識が持たれるべき同一プロダクトに対して、競争の関係が相対的に希薄であることがわかった。②プロダクトの属する産業についての論考からは、競争を包摂した議論を行う際に、「余暇産業」をプロスポーツクラブの属する産業区分として採用することの妥当性が示された。また、同一(種)製品という狭義の産業定義では、消費者の余暇時間を取り合うという競争が想定される相手を十分に含めることはできないことが指摘された。③プロスポーツクラブにおけるプロダクトの提供する便益についての検討からは、コアベネフィットにおける多様性が特性として指摘され、産業内の他組織との具体的な関係を特定することの難しさが浮き彫りとなった。

研究課題Ⅲ「消費者の認識的側面からの実証的検討」(学術誌掲載論文①)では、「プロスポーツクラブのプロダクトから提供される便益について、消費者の認識的側面より実証的に明らかにするとともに、プロダクト特性を含めた論考よりプロダクトの便益的側面における特殊性を明らかにすること」が目的とされた。Jクラブの試合観戦を具体的事象として取り上げ、課題Ⅱで導出された競争の範囲である「余暇産業内」における他のプロダクトとの比較を、個別の便益(個別便益)と、得られる便益としての全体(全体便益)の観点より行われた。

個別便益については、試合観戦を含む18種の余暇活動それぞれについて、どのような便益(15種)が得られると思うかについて回答を求め、余暇活動間及び便益間での相対的な特徴を明らかにすることが試みられた。分析には、コレスポンデンス分析を用いた。その結果、プロスポーツクラブの提供する便益を、近接する他の余暇活動との相対的な個別便益の特徴を検討する軸として、「スポーツであるかどうか」と「活動時の精神性と身体性」が有用である可能性が示された。他の余暇活動と比べて相対的に特徴的な提供便益は、「スポーツであるかどうか」によって、まず分類できることが示されたと言える。そこでスポーツである場合には、「みる」対象かもしくは否かなどの精神性と身体性によって更なる分類が可能であることがわかった。

全体便益については、「各余暇活動で得られる全体便益」と「Jクラブ観戦から得られる全体便益」の類似性が、関与段階によって、どのように異なるかについて明らかにすることが試みられた。分析には、一要因分散分析を用いた。その結果、プロスポーツクラブ観戦というプロダクトは、関与が高くなることによって、認識される便益が多くなり、類似の程度への認識も高くなる特性があることが示された。すなわち、高関与群は、他の余暇活動を行

わなくとも様々な便益をプロスポーツクラブ観戦というプロダクトから享受していると解釈できる。同時に本点が、課題Ⅱで導出された「プロスポーツクラブの中核となる便益の幅が広く多様」である特性によって、競合可能なプロダクトが拡張していると捉えることができることも確認された。

総括

最後に総括として3つの課題の検討結果をまとめたうえで、一般経営学で生成された理論をスポーツマネジメントに適用する際の課題や配慮すべき点について論考が行われた。まず、プロスポーツクラブとしては「外部環境」と認識しているものの、その組織の特性としては一般経営学が「組織構成員」に想定する特性を持つアクターが存在することを、理論の援用課題に対しての重要な特性と捉えた。他のクラブやリーグ機構などの外部組織との関係性に、（組織構成員のような）制約や調整力が存在することは想定されていない点を考慮した援用の必要性が示された。加えて、援用する理論の源流となる視座における、「競合についての概念的な解釈」がどのようなものかを検討する必要性についても導出された。すなわち、理論における競合関係の範囲や対象がプロスポーツクラブの現実と乖離しないかどうかについて注視される必要性があることが示された。最後に、外部環境を視座に入れた競争が重要な概念となる組織間関係理論や戦略論の援用においては、「みる」と「する」スポーツのプロダクトではそれぞれ別の検討が必要であることが論考された。

なお、本学位申請論文が掲載された学術論文は以下のとおりである。

- ① 足立名津美・松岡宏高. (2018) プロスポーツクラブのプロダクト特性の検討：製品間競争に着目して. スポーツマネジメント研究, 10(1), 59-80.

以上より、本論文は、博士（スポーツ科学）の学位を授与するに十分値するものと認める。

以 上